

## Cannabisbevoorrading bij jongeren: een sociale netwerkanalyse van ‘social supply’

MARIEKE VLAEMYNCK

“*Cannabis: it’s a social thing!*” concluderen Coomber & Turnbull (2007) in hun onderzoek naar cannabisgebruik bij jongeren. In de jaren ’90 stelden een reeks Britse studies naar cannabismarkten vast dat cannabistransacties “iets sociaals” waren (Coomber & Turnbull, 2007; Harrison, Erickson, Korf, Brochu, & Benschop, 2007; Hough et al., 2003; Parker, 2000; Werse, 2008). De daaropvolgende jaren hebben onderzoekers het belang en de complexiteit van cannabisbevoorrading erkend, en steeg het aantal studies gestaag. Om dit vage sociale aspect te benoemen werd in de jaren 2000 werd het concept *social supply* (verder sociale bevoorrading) ontwikkeld.

Het idee van sociale bevoorrading lijkt lijnrecht te staan tegenover de meer populaire visie van één drugsmarkt, die sterk hiërarchisch georganiseerd is en een commerciële finaliteit heeft. Onderzoek naar de horizontale complexiteit van drugsmarkten suggereert niet alleen dat er *verschillende* drugsmarkten zijn, maar ook dat binnen deze drugsmarkten uiteenlopende types van *dealers of suppliers* opereren. Doorheen de jaren werden, vooral binnen onderzoek naar cannabismarkten, verschillende typologieën ontwikkeld om deze complexiteit te vatten. Zo werden *dealers* van op het laagste niveau beschreven als *not real dealers*, *user-dealers* en recent ook als sociale bevoorraders of *social suppliers*.

Hoewel empirisch onderzoek wijst op deze meer *sociale* vorm van dealen, blijft tot op heden het concept sociale bevoorrading een vaag en onduidelijk begrip. Huidig onderzoek focust zich dan ook vooral op het vaststellen van verschillende vormen van sociale bevoorrading en het afbakenen van de grenzen met ‘commerciële’ bevoorrading. Om het sociale karakter van deze transactie diepgaand te bestuderen ontbreekt echter een genuanceerde definitie van het concept *sociaal*. Netwerkonderzoek laat toe om het sociale karakter van een relatie te kaderen in een bredere relationele context bestaande uit gebruikers, verschillende types *suppliers* en niet-gebruikers.

Het doel van deze bijdrage is om de klijtlijnen van het huidige debat te schetsen. We behandelen daarbij volgende vraag: “Hoe wordt sociale bevoorrading afgebakend?”. Om deze vraag te beantwoorden bespreken we zowel de definitie op basis van empirische bevindingen als mogelijke theoretische verklaringen voor dit concept. Vervolgens plaatsen we dit concept in een relationele context. Daarbij gaan we eerst in op hoe een genetwerkte cannabismarkt eruit ziet, om vervolgens te focussen op een aantal belangrijke actoren. Tot slot ontwikkelen we een netwerkdefinitie van sociale bevoorrading.

## 1. Sociale bevoorrading: sociaal versus commercieel, vrienden versus vreemden

Sociale bevoorrading van cannabis verwijst naar de wijze waarop de einddistributie ervan plaatsvindt. Geïntrigeerd door een sterke stijging in prevalentie van cannabisgebruik en gebruik van *dance drugs* in de jaren '90 focusten vooral Britse onderzoekers op deze eindschakel in de verdeling van cannabis: het moment waarop de gebruiker de cannabis van iemand verkrijgt (Coomber & Turnbull, 2007; Harrison, et al., 2007; Hough, et al., 2003; Parker, 2000; Werse, 2008). Deze "eindtransactie" werd door respondenten in zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek stevast omschreven binnen een sociale context. Meer nog, Coomber & Turnbull (2007) argumenteren dat deze vorm van bevoorrading zich binnen vriendschapsnetwerken afspeelde die slechts weinig of geen contact met de bredere drugsmarkt hadden. Er is nog geen onderzoek dat hier verder op ingaat. Hoewel drugsmarktonderzoekers het eens zijn dat cannabisbevoorrading tot op zekere hoogte een sociaal aspect omvat, blijft er veel onduidelijkheid over de conceptualisering van "sociale bevoorrading". Het debat is tweeledig en focust zich enerzijds op het al dan niet *commerciële* karakter van de transactie en de *sociale* relatie tussen gebruiker en bevoorradder.

Een transactie betreft steeds de uitwisseling van een goed, in dit geval cannabis. De *motivatie* van deze transactie kan afgezet worden op een continuüm gaande van een niet-commerciële motivatie tot een louter commerciële motivatie, met daartussen een brede variatie aan mengvormen. Aangezien sociale bevoorrading "sociaal" is, lijkt het logisch dat dit enkel slaat op transacties die "niet-commercieel" zijn. De vraag rijst echter wat "niet-commercieel" betekent. Wat met personen die cannabis ruilen voor een ander object of wel geld vragen maar dit geld enkel gebruiken om de kosten van het kweken te dekken? Wat met personen die een gunst in de plaats vragen? Wat met mensen die cannabis voorzien om hun status of positie in de groep te verstevigen? Sommige onderzoekers hanteren een strikte definitie en spreken enkel over *social supply* indien cannabis wordt gedeeld, zonder dat er iets in ruil wordt gegeven (Hough, et al., 2003). Anderen maken het onderscheid tussen "niet-commercieel" en "niet voor winst" (bijv. Harrison, et al., 2007; Parker, 2000; Potter, 2009). In dit laatste geval kan er wel een zekere geldelijke transactie plaatsvinden, maar is winstbejag niet de onderliggende motivatie. Sociale bevoorrading is dan *een vorm van bevoorrading waarbij de transactie ook zou plaatsvinden als er geen winst zou gemaakt worden, maar waar winst kan gemaakt worden als de optie er is* (Potter, 2009, p. 63, eigen vertaling). Een derde standpunt bestudeert de minimale voorwaarde om van een commerciële relatie te kunnen spreken (Coomber & Moyle, 2013). Sociale bevoorrading wordt in dat geval uitgebreid tot *minimal commercial supply*. Op deze manier gedefinieerd, omvat dit type bevoorrading ook het vragen van een vergoeding voor het dekken van de kosten van

het kweken en/of voor het financieren van de hedonistische levensstijl van de cannabisbevoorrader.

Een tweede aspect betreft de aanwezigheid van een *sociale* relatie tussen gebruiker en bevoorrader. Wat dit sociale aspect inhoudt, blijft echter onduidelijk. Eén optie is om alle “niet-vreemden” mee in beschouwing te nemen (Hough, et al., 2003). Deze optie brengt echter weinig duidelijkheid aangezien ze verwijst naar iedereen, reële en virtuele contacten, die de gebruiker of bevoorrader bij naam kent. Kwalitatief onderzoek suggereert echter dat er de relatie tussen gebruiker en bevoorrader ook bestaat buiten de cannabistransactie om. Respondenten beschrijven elkaar daarbij in termen van “familie”, “vrienden” en “vrienden van vrienden”. Potter (2009) merkt daarbij op dat puur op basis van dit sociale aspect, sociale bevoorrading niet als apart type van transactie kan worden beschouwd. Dit is namelijk het onderscheid tussen een ‘open’ en ‘gesloten’ drugsmarkt. Tot slot, geven sommige auteurs het belang van bredere sociale netwerken aan, eerder dan puur de relatie tussen twee personen (Coomber & Turnbull, 2007). Tot op heden werd dit laatste perspectief nog niet verder uitgewerkt.

Bovenstaande bedenkingen geven mee vorm aan het debat over verschillende types van bevoorraders en hoe deze verder in kaart kunnen worden gebracht. Sociale bevoorrading wordt daarbij beschouwd als een kenmerk van een bevoorrader, hij of zij is namelijk in zekere mate “niet-vreemd” voor de gebruiker en heeft in zekere mate een “niet-commerciële” motivatie. Zoals aangegeven, blijven veel zaken nog onduidelijk en onvolledig. Doorheen de jaren zijn verschillende visies ontwikkeld. Eén piste bestaat erin om sociale bevoorrading als een relatie te gaan bekijken, in plaats van een persoonlijk kenmerk. Deze relatie vormt het startpunt voor verdere operationalisering van het concept. Alvorens hier op in te gaan, evalueren onderstaande paragrafen het theoretisch kader waarop de verschillende visies op deze laatste stap in de distributie van een roesmiddel zijn gebaseerd. Een reflectie op het “waarom” we van sociale bevoorrading spreken, bepaalt namelijk mee in welke mate we sociale bevoorrading in relationele termen kunnen afbakenen.

## 2. Waarom sociale bevoorrading?

Onderzoekers formuleren drie invalshoeken om bovenstaande empirische bevindingen theoretisch te kaderen (bijv. Potter, 2009; Sandberg, 2012; Shiner & Newburn, 1997). De centrale vraag is dan “Waarom beschrijft een persoon een andere of zichzelf als “sociale” bevoorrader?”. Sociale bevoorrading wordt daarbij omschreven binnen subculturele perspectieven, binnen een breder normaliseringsproces van cannabisgebruik en tot slot als een neutraliseringstechniek.

## 2.1. *Sociale bevoorrading als deel van een ‘subcultuur’*

Een traditionele invulling van subculturele theorie zoals ze populair is geworden in de jaren '70, stelt dat individueel gedrag vooral via de betrokkenheid in een afgebakende groep met een positieve houding ten aanzien van roesmiddelengebruik wordt beïnvloed. Een groep met een negatieve houding ten aanzien van roesmiddelengebruik zal individueel gebruik ontmoedigen. Deze houding is het resultaat van een socialiseringsproces van individuen in specifieke groepen dat leidt tot een transformatie van identiteit, waarden en gedrag in de ene of andere richting (Becker, 1963; Gourley, 2004).

Het werk van Becker (1963) en Zinberg (1983) is zeer relevant voor de omschrijving van traditionele subculturen bij roesmiddelengebruikers. Becker (1963) onderzocht hij hoe mensen cannabisgebruikers werden op een zodanige wijze dat ze met plezier cannabis bleven gebruiken. Drie zaken bleken van belang: een individu moet de technieken leren om cannabis te gebruiken, de effecten van het gebruik leren herkennen en tot slot moet men leren om van die effecten te genieten. Sleutel tot dit proces is de subculturele groep die logistieke en normatieve ondersteuning biedt voor de beginnende gebruiker. Beckers' leerbenadering wordt ook door Zinberg (1983) gevolgd wanneer hij het belang van zowel de persoonlijke en sociale factoren in de ontwikkeling van een regelmatig patroon van gebruik benadrukt. Zowel Becker als Zinberg erkennen het bestaan van verschillende types van gebruikers (Decorte, 2001). Gedurende de jaren '60 werd gebruik altijd met misbruik gelijkgesteld en focuste wetenschappelijk onderzoek zich vooral op de farmacologische eigenschappen van een middel. Beide auteurs beschrijven een ander gebruikspatroon, namelijk dat van recreatief gebruik. Sinds de jaren '70 vermelden verschillende studies deze gebruiker en bestuderen ze de motieven en kenmerken van personen die in staat waren om te stoppen met het gebruik van een bepaald roesmiddel op een relatief autonome manier. Naast de farmacologische eigenschappen van een roesmiddel bleken ook de set (houding en persoonlijkheid van de gebruiker) en de setting (sociale en fysieke omgeving waar het gebruik plaatsvindt) een belangrijke rol te spelen. De complexe interactie tussen drug - set - setting beïnvloedt niet alleen wie waarschijnlijk een gebruiker zal worden, maar ook hoe deze persoon het gebruik zal ervaren.

Subculturele benaderingen zijn doorheen de jaren sterk bekritiseerd. Cullen (2010) vat deze kritieken samen in drie punten. Ten eerste, gaan deze benaderingen uit van een homogene groep en schenken daardoor geen aandacht aan de complexiteit van adolescentie sociale netwerken (Cotterell, 2007; Michell & Amos, 1997). Een tweede kritiek argumenteert dat subculturele benaderingen passiviteit van adolescenten veronderstelt, en dus de autonomie van een individu negeert (Coggan & Mckellar, 1994).

Tot slot, suggereren sommige studies dat deze benaderingen de inherente plezierbeleving van het nemen van het roesmiddel of het stellen van risicogedrag onvoldoende benadrukken (Measham, 2002). Deze kritieken kaderen in een veranderde visie op de sociale context waarin een adolescent opgroeit. Onderzoekers stellen vast dat deze op een zodanige wijze is veranderd dat het leven niet langer voorspelbaar maar eerder het gevolg van een individuele keuze is (Cotterell, 2007). Studies naar jeugdculturen proberen om het versnipperde karakter van deze cultuur te begrijpen door individualisering te benadrukken (bv. Measham, 2002). We gaan hier later verder op in.

Sandberg (2012a) argumenteert echter dat dit niet betekent dat het subculturele perspectief zijn waarde heeft verloren. Hij suggereert om niet vanuit de traditionele definitie te vertrekken, waarbij een subcultuur verwijst naar een afgebakende groep mensen, maar om vanuit een sociaal-cultureel perspectief te redeneren. Op deze manier komt hij tot een definitie van subculturen zonder de nood aan duidelijk afgebakende groepen noch aan de assumptie dat alles geïndividualiseerd is. Subculturen worden bijgevolg omschreven als *“een verzameling van rituelen, verhalen en symbolen. Ze draaien rond bepaalde perceptie van de wereld en zijn vaak aan algemene culturele stromingen in de samenleving gekoppeld. In meer of mindere mate internaliseren en belichamen mensen en groepen delen van de subcultuur (Sandberg, 2012a, p. 6, eigen vertaling)”*.

Beide invullingen van subculturele benaderingen bevatten elementen van sociale bevoorrading. Een sociale bevoorradener heeft geen commerciële doelstellingen, maar kan wel ideologisch gemotiveerd zijn. Zo geredeneerd, neemt deze persoon wellicht de rol op van iemand die anderen informeert en technieken aanleert. De visie van Sandberg (2012) is interessant om dat deze focust op de symbolische functie van cannabis, maar ook op bestaan van rituelen en verhalen. Op basis van etnografisch onderzoek en 100 interviews met cannabisgebruikers in Noorwegen onderzocht hij de betekenis van cannabis in de hedendaagse samenleving. Het delen van cannabis bleek ook de dag vandaag nog een belangrijk deel van cannabisgebruik uit te maken. Vanuit dit perspectief wordt sociale bevoorrading met het delen van cannabis tussen personen geassocieerd, waarbij sociale interactie tot stand komt en verhalen gedeeld worden.

## 2.2. Sociale bevoorrading als deel van een normaliseringsproces

Zoals hierboven mag blijken, argumenteren een aantal auteurs dat de subculturele context van cannabisgebruik vandaag de dag niet meer bestaat (Gourley, 2004). Op basis van de idee van een veranderde maatschappelijke context, ontwikkelden Parker en collega's (1999) een longitudinaal onderzoek lopende van 1991 (14 jaar) tot 1995

(18 jaar) bij 465 jongeren naar de plaats en betekenis van recreatief cannabisgebruik in de huidige jeugdcultuur. Een proces van normalisering werd gezien als de verklaring voor de verandering van gebruik van cannabis. Men argumenteerde dat recreatief cannabisgebruik niet langer als een deviante activiteit wordt beschouwd maar deel uitmaakt van de mainstream jeugdcultuur, en dus een proces van normalisering doorgemaakt heeft. Parker, Williams, and Aldridge (2002) beschreven vier dimensies van normalisering: toegenomen beschikbaarheid van en gemakkelijke toegang tot cannabis, stijgende gebruiksprevalentie, een sociale aanvaarding van cannabis door niet-gebruikers en tot slot een bredere culturele aanvaarding via bijv. media en de muziekindustrie.

Ze situeren dit proces binnen Becks (1992) risicosamenleving, waar jonge mensen op dagelijkse basis omgaan met risico's. In deze risicomaatschappij is de overgang van kindertijd naar volwassenheid tot een langere, meer onzekere reis uitgegroeid. Het is daarbij niet van belang of deze periode "jeugd", "adolescentie" of "post-adolescentie" wordt genoemd. Aldridge, Measham, and Williams (2011) omschrijven het als een langere periode van semi-afhankelijkheid waarbij jongeren meer tijd besteden aan onderwijs, langer thuis wonen, ouderschap en het huwelijk uitstellen, enz. Hoewel objectief gezien de risico's van falen langs sociaal-demografische kenmerken worden gedifferentieerd, ervaren alle jongeren deze periode van onzekerheid.

In deze context van risicomanagement lijkt de beslissing om cannabis te gebruiken minder dramatisch (Aldridge et al., 2011). Dit betekent echter niet dat cannabisgebruik als veilig of goed wordt beschouwd. De beslissing tot consumptie wordt gezien als een rationele beslissing op basis van een kosten-batenanalyse. Gebruikers baseren zich op hetzelfde besluitvormingsproces om cannabis te gebruiken als anderen doen bij het beslissen om sigaretten te roken, alcohol te drinken of paard te rijden. De onrechtmatigheid van cannabisgebruik wordt zelden gezien als een risicofactor, ondanks de risico's op vervolging. Dit gevoel van onderhandelen in een risicosamenleving is het resultaat van een individualiseringsproces waar jongeren succes of falen als een indicatie van hun eigen prestaties zien. Deze kosten-batenanalyse is zeer uitgebreid. Uit de interviews bleek bijvoorbeeld dat niet-gebruikers regelmatig stelden dat gebruikers *zelf* moesten beslissen. Het onderzoek wijst ook op het feit dat huidige gebruikers groepsdruk weerleggen als een belangrijke factor in hun beslissing om drugs te nemen. Ze accepteren individuele verantwoordelijkheid, en ontkennen het risico niet, maar zien zichzelf daarbij niet als onkwetsbaar.

Dit perspectief plaatst sociale bevoorrading binnen een bredere maatschappelijke aanvaarding van cannabisgebruik waarbij gebruik als een rationele beslissing wordt beschouwd. Hieruit kunnen we afleiden dat sociale bevoorraders een aantal kosten (bv. het risico om gepakt te worden) gaan afwegen tegen mogelijke baten. Deze baten

kunnen zowel materieel (bijv. geld, andere cannabis, tickets...) als immaterieel (bijv. verhoogde sociale status, goed gevoel omwille van het delen van een zelf gekweekte plant) zijn. Sociale bevoorrading kan ook als een manier om cannabisgebruik te normaliseren zonder de eigenlijke handel ook te normaliseren gezien worden. Potter (2009) stelt dat een normalisering van het gebruik van cannabis, ook een normalisering van de bevoorrading inhoudt, tenminste vanuit het perspectief van de gebruiker, omdat de cannabis ergens vandaan moet komen. De normaliseringsthese beschrijft dat “het voorzien van vrienden”, een teken is van sociale aanvaarding van recreatief cannabisgebruik. Cannabisgebruikers beweren inderdaad dat ze niet hun cannabis kopen bij een echte *dealer*, maar eerder van een vriend, of een vriend van een vriend. Als gebruikers de term *dealer* zien als een negatief label, kan het concept van sociale bevoorrading een manier zijn om cannabisgebruik te normaliseren, zonder datzelfde ook te doen met handel. Dit laatste wordt namelijk nog steeds geassocieerd met *dealen* en een “andere” drugsmarkt.

### 2.3. *Sociale bevoorrading als neutraliseringstechniek*

Zoals vermeld, komt in onderzoek naar types van bevoorrading vaak naar voor dat men zichzelf of anderen bewust niet omschrijft als een *dealer*. Deze vaststelling komt verder in deze bijdrage nog aan bod, maar is ook van belang bij het uitwerken van een theoretisch kader. Een derde manier om sociale bevoorrading te benaderen is namelijk als neutraliseringstechniek (Potter, 2009; Sykes & Matza, 1957). Sykes en Matza (1957) focussen op de inhoud van wat wordt aangeleerd door middel van sociaal leren. Een belangrijk aspect hierbij zijn technieken die het effect van het bestaande systeem van normen neutraliseren. Men gaat hierbij uit van de idee dat cannabisgebruik door de maatschappij als deviant wordt beschouwd. Deviantie van de norm gebeurt dan weliswaar niet door het leren van normen die in tegenspraak met de conventionele samenleving zijn, maar door het gebruik van de neutraliseringstechnieken.

Potter (2009) gebruikt deze kerngedachte om uit te leggen waarom cannabisgebruikers hun bevoorrader in termen van “vrienden” of “vrienden van vrienden” definiëren. Op deze manier *neutraliseren* ze de schijnbare immoraliteit van hun ‘illegale’ activiteiten. Shiner & Newburn (1997) besloten in hun onderzoek naar betekenis van cannabisgebruik bij jongeren eveneens dat de beschrijving van sociale bevoorrading eigenlijk een manier om gebruik te rechtvaardigen is, zonder zich hierover schuldig te voelen. Sommige respondenten legden de schuld van hun gebruik bij anderen, andere stelden dat cannabis “geen echte drugs” waren en dat ze “niet genoeg gebruikten om verslaafd te worden”.

### 3. Sociale bevoorrading: netwerkperspectief?

De algemene consensus in de criminologische literatuur is dat sociale netwerken erg belangrijk zijn voor studie van de drugsmarkten. Sociale netwerkanalisten bestuderen relaties en de patronen die door deze relaties worden gecreëerd (Scott, 2011). Een netwerkperspectief vertrekt daarbij vanuit de veronderstelling dat tussen twee mensen een waarneembare relatie kan bestaan. Verschillen tussen individuen worden daarbij onderzocht in termen van beperkingen en mogelijkheden die voortvloeien uit hoe men in een netwerk is ingebed (Sarnecki, 2001). Geworteld zowel in de antropologie als in de sociologie, kent dit perspectief een brede waaier aan toepassingen (bijv. de diffusie van innovatie en de verspreiding van epidemieën, processen van *peer influence* en vriendschapsrelaties) (Papachristos, 2011). Sinds de jaren '90 vinden we ook een beperkt aantal criminologische studies (bijv. Sarnecki, 2001; van der Rakt, Weerman, & Need, 2005).

De huidige stand van zaken van criminologisch netwerkonderzoek wordt ergens anders geschetst en schiet het doel van deze bijdrage voorbij (zie bijv. Papachristos, 2011; Vlaemynck, in druk). De volgende paragrafen focussen op hoe een netwerkperspectief een bepaalde visie op drugsmarkten inhoudt en beschrijven vervolgens een aantal kenmerken van één van de centrale actoren, namelijk de bevoorraders. Tot slot, gaan we na hoe de relatie tussen gebruiker en bevoorraders in het netwerk van de gebruiker is ingebed.

#### 3.1. Een “genetwerkte” drugsmarkt

##### 3.1.1. Netwerken?

In één van de referentiewerken voor netwerkanalisten definiëren Wasserman en Faust (1994) sociale netwerken als een set van sociaal relevante actoren of netwerkliden, die door één of meerdere types van relaties verbonden zijn. Drugsmarktstudies gebruiken de term netwerken al langer dan vandaag, zonder daarom op netwerkonderzoek te steunen. Concreet verwijst het concept netwerken naar drie visies op drugsmarkten: de drugsmarkt als één groot geheel, drugsmarkten als een som van kleine groepen of drugsmarkten als iets wat continu aan verandering onderhevig is (Dorn, Levi, & King, 2005).

Ten eerste kan men de drugsmarkt als één geheel zien, wat betekent dat de drugsmarkt een groot sociaal netwerk is waarin de deelnemers met elkaar samenwerken. De drugsmarkt wordt daarbij door hun interacties geconstrueerd. Dit perspectief is in lijn met een traditionele visie op de drugsmarkt als een verticaal gestructureerde bevoorradingsketen. Dorn et al. (2005) stellen dat dit eerste perspectief alom aanvaard is,



maar de andere twee perspectieven, die vaak tegelijk bestaan, onderwerp van debat vormen.

Drugsmarkten worden ook als *een som van kleine groepen* personen omschreven. Het bestaan van grotere criminele organisaties wordt hierbij in twijfel getrokken. Omschreven als *disorganised crime*, daagt deze visie de traditionele hiërarchische weergave van drugsmarkten uit (Paoli, 2002; Reuter, 1985). Netwerkstudies die focussen op de beschrijving van drugsmarkten trekken gelijkaardige conclusies. Morselli (2009) bijvoorbeeld stelt dat netwerkanalyse een ideale methode is om het brede scala van criminele groepen te beschrijven, die van eenvoudige co-overtredende tot zeer geavanceerde groepen variëren. Hij veronderstelt dat criminele groepen geen strikte hiërarchie vormen, maar eerder flexibel en informeel georganiseerd zijn. Dit betekent echter niet dat criminele groepen niet rond een of twee actoren gecentraliseerd kunnen zijn. Centraliteit, de mate waarin een actor een verbindende functie heeft in het netwerk, wordt verondersteld mee te bepalen in welke mate een actor invloed en controle kan uitoefenen. Op basis van dossiers en transcripties van gesprekken verkregen via telefoontap analyseerde Morselli (2009) een terreurnetwerk, drie drugshandelorganisaties en twee netwerken in de export van luxeauto's. Hij onderzocht zowel de densiteit, het aantal contacten waarmee deelnemer direct is verbonden, als centraliteit. De belangrijkste conclusie ondersteunt de hypothese dat criminele groepen bestaan uit losse samenwerkingsverbanden in plaats van strikte hiërarchische verhoudingen. Een opmerkelijke conclusie is de cruciale positie van de makelaars. Dit bevestigt de idee van criminele groepen als flexibele structuren waarin mensen met een belangrijke verbindende functie zichzelf beter dan andere individuen kunnen handhaven.

Een derde perspectief ziet drugsmarkten als *fluïde* netwerken. Het begrip netwerken verwijst in dit geval naar de duurzaamheid van de organisatie. Drugsmarkten worden daarbij niet gezien als stabiele, vaste structuren maar als steeds veranderende, flexibele organisaties. Verschillende drugsmarktstudies ondersteunen dit perspectief wanneer ze argumenteren dat er niet één drugsmarkt maar meerdere drugsmarkten zijn met verschillende kenmerken die afhankelijk zijn van de lokale context (Coomber, 2006; Lupton, Wilson, May, Warburton, & Turnbull, 2002). Sommige studies tonen aan dat voor eenzelfde roesmiddel verschillende markten naast elkaar bestaan die toch geografisch dicht bij elkaar liggen (Curtis, Wendel, & Spunt, 2002). Anderen beschrijven hoe markten dynamisch zijn, hoe ze van aard kunnen veranderen, en hoe kenmerken zoals sociale klasse, geslacht, ras en etniciteit hun structuur beïnvloeden (Maher & Hudson, 2007; Murji, 2007; Valdez & Kaplan, 2007). Niet alleen de lokale context, maar ook technologische evoluties kunnen bijdragen aan veranderingen in markten. Dit

laatste doet zich voor in bijvoorbeeld cannabismarkten waar we onder andere door technologische ontwikkelingen om cannabis in koudere klimaten te kweken, een sterke toename in het aantal kleine thuiskwekers zien (Hough, 2003).

### 3.1.2. Tussenpersonen, bevoorraders en kwekers

Netwerken worden gevormd door actoren wiens eigenschappen een invloed uitoefenen op hun sociale relaties. Om de samenstelling van een netwerk volledig te bestuderen, is het van belang om een beeld te schetsen over welke personen er deel van uitmaken. Onderzoek naar de verticale en horizontale organisatie van drugsmarkten beschrijft een aantal kenmerken van de centrale actoren in een drugsmarkt: producenten, tussenpersonen en bevoorraders.

Het type gebruiker maakt inherent deel uit van de compositie van de drugsmarkt. Het concept sociale bevoorrading werd tot nog toe vooral onderzocht in Groot-Brittannië, Australië, Duitsland en Nederland (Coomber & Turnbull, 2007; Duff, 2005; Harrison, et al., 2007; Werse, 2008). Naar prevalentie toe kunnen we veronderstellen dat een “typische recreatieve gebruiker” tussen 18 en 25 jaar is, iemand is die zich in het algemeen aan de regelgeving houdt en die niet per se tot een bepaalde sociale klasse behoort (zie bv. Gisle et al., 2010). Dit leidt tot een ruime en brede definitie van ‘een’ gebruiker. Tot op heden brengt onderzoek gebruiker en bevoorraders niet samen in beeld. Zoals we verder argumenteren kan dit wel via een netwerkperspectief waarbij multiplexiteit van een relatie en rollen onderzocht kan worden. Op deze manier kunnen we afstapen van een strikte scheiding tussen “gebruikers” aan de ene kant en “bevoorraders” aan de andere kant van de transactie en een genuanceerder beeld schetsen van de plaats van cannabis binnen sociale netwerken.

#### 3.1.2.1. Tussenpersonen en bevoorraders

Twee actoren waarmee een gebruiker een relatie kan aangaan zijn de directe bevoorraders en tussenpersonen. Onderzoek naar de horizontale complexiteit van drugsmarkten schuift verschillende types van bevoorraders naar voor. Het is dit onderzoeksgebied dat in de jaren 2000 het concept *social supplier* werd ontwikkeld. Onderzoekers trachtten hierbij één concept te ontwikkelen dat de complexiteit van deze figuur te vatten. Volgende paragrafen gaan in op andere concepten die in dezelfde lijn werden uitgewerkt.

Pearson (2007) omschrijft *retail-level dealers* als zij die cannabis leveren aan de daadwerkelijke gebruikers. Ze werken alleen of via tussenpersonen, die onderhandelen voor de lage prijzen bij het maken van een grote aankoop. Dit type bevoorraders wordt ook als *user-dealers* beschreven. Ze bevinden zich aan de onderkant van de bevoorra-

dingsketen en verkopen alleen om hun eigen gebruik te onderhouden. Vaak gebruiken ze dan ook zelf het roesmiddel dat ze verkopen. Parker (2000) geeft verder aan dat deze bevoorraders een unieke positie innemen omdat ze gebruikers beschermen tegen direct contact met “echte dealers”, waardoor ze voor deze gebruikers het risico minimaliseren om opgepakt te worden.

In het kader van cannabismarkten worden bevoorraders ook beschreven als *not-real dealers*. Gebruikers verkiezen om bevoorraders te beschrijven als een vriend in plaats van een ‘dealer’ en nemen daardoor afstand van de *real deal*. Duffy (2008) interviewde 192 cannabisgebruikers en stelde vast dat het merendeel van de geïnterviewden een drugsdealer omschreef als iemand die een aanzienlijke hoeveelheid cannabis verkoopt aan een omvangrijk klantenbestand en hiermee een significante winst opstrijkt. Verder beschreef één vijfde dat ze wel eens als *broker* of tussenpersoon optraden om de toegang tot cannabis voor anderen te vergemakkelijken. Dit werd beschreven als een in wezen altruïstische activiteit, namelijk het helpen van vrienden. Een aantal van de geïnterviewden gaf aan zelf al eens cannabis verkocht te hebben. Het onderzoek concludeerde dat er vier soorten bevoorraders waren: onregelmatige verkopers, verkopers die zelden verkopen, matige verkopers en zware verkopers. Twee types personen beschouwden zich vooral als *not real dealers*: degenen die alleen cannabis verkochten en dit slechts één of twee keer deden, en zij die als tussenpersoon optraden. Hoewel ze zichzelf niet als dusdanig omschreven, erkenden ze wel dat ze door het strafrecht als *dealers* konden worden gezien.

Sandberg (2012b) wijst eveneens op een dubbelzinnige relatie tussen gebruiker en bevoorraders. Bevoorraders worden vaak omschreven als een “vriend”, hoewel de ontmoeting ook onderdeel van een economische transactie is. Een belangrijk aspect hierbij is het winsttaboe. Winst maken is belangrijk in een algemene marktcultuur, maar wordt in een cannabismarkt niet geaccepteerd. Dit wordt geïllustreerd door het feit dat de prijs voor een gram cannabis in Noorwegen sinds de late jaren '70 stabiel is gebleven.

### 3.1.2.2. *Kwekers*

Zoals daarnet aangegeven heeft de technologie om cannabis te kweken in koudere klimaten de vorm en structuur van deze specifieke markt aanzienlijk beïnvloed. Telers, of producenten, worden traditioneel gezien als één van de eindpunten van een drugsmarkt. In het geval van cannabismarkten stimuleerde de toenemende binnenlandse teelt de groei van vele kleinschalige operaties. Grootschalige importeurs zijn niet dominant meer en er is een groeiende tendens naar kleine netwerken (Jansen, 2002; Potter, Bouchard, & Decorte, 2011).

Een constante vraag lijkt een duidelijke financiële motivatie voor binnenlandse teelt. Onderzoek wijst echter op een bestaan van een meer *ideologische motivatie*, waarbij winst minder van belang is. De voorbije twintig jaar zijn verschillende typologieën van kwekers ontwikkeld op basis van kwantitatieve indicatoren zoals het aantal gekweekte planten (Bovenkerk & Hogewind, 2003; Weisheit, 1992) maar ook op basis van de motivatie voor het kweken (Hough, et al., 2003; Nguyen & Bouchard, 2010; Potter, 2006). Volgende tabel vat enkele van deze typologieën samen die rekening houden met de persoonlijke motivatie van de kweker:

*Tabel 1: Typologieën van cannabiskwekers (naar Nguyen & Bouchard, 2010, eigen vertaling)*

Hough et al. 2003 (UK)	<p>1. <i>Sole use growers</i> – Kweken om geld te besparen, alleen voor persoonlijk gebruik.</p> <p>2. <i>Medical growers</i> – Kweken omwille van de therapeutische waarde van cannabis voor bepaalde medische condities.</p> <p>3. <i>Social growers</i> – Kweken om een goede kwaliteit van cannabis voor zichzelf en vrienden te verzekeren.</p> <p>4. <i>Social/commercial growers</i> – Kweken voor vrienden maar verkopen soms ook een deel van hun cannabis om onkosten te dekken.</p> <p>5. <i>Commercial growers</i> – Kweken om winst te boeken en verkopen aan eender wie.</p>
---------------------------	--

Potter (2010) (UK)	<p><u>Niet voor de winst:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Personal use</i> – Kweken voor persoonlijk gebruik, eerder dan omwille van een financiële motivatie. Voorzien vooral vrienden en zijn gemotiveerd door “trots, praktische waarde en/of persoonlijke ideologie en ethiek”.</li> <li>2. <i>Medical grower</i> – Kweken omwille van de voordelen voor zichzelf of anderen met een medische conditie.</li> <li>3. <i>Activist growers</i> – Kweken als politiek statement, promotie van cannabis.</li> </ol> <p><u>Voor winst:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <i>One-off opportunists</i> – Starten met de intentie voor persoonlijk gebruik, maar evolueren als ze het potentieel voor winst starten te zien. Kweken voor een specifiek doel (bijv. om een schuld af te betalen).</li> <li>5. <i>Self-employed grower</i> – kweken geregeld voor zichzelf maar verkopen wat ze teveel hebben aan vrienden.</li> <li>6. <i>Corporate growers</i> – Dit zijn ondernemer die soms deel van een georganiseerde groep uitmaken. Kweken op grote schaal, met financiële motivatie. Zijn soms betrokken in ander criminele activiteiten.</li> </ol> <p><u>Ondernemingen:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. <i>Cooperatives</i> – Samenwerking omwille van gedeelde voordelen, tussen gelijke partners. Meestal een groep vrienden die hun middelen samenleggen, en kweken vanuit een liefde voor het product en een linkse ideologie.</li> <li>8. <i>Franchises</i> – Samenwerking om ervaring voor winst uit te wisselen. Grootschalige initiatieven kunnen het risico verminderen door hun activiteiten over kleinere kwekers te verdelen.</li> </ol>
Nguyen and Bouchard (2010) Canada (jonge kwekers, 13-17 jaar)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Entrepreneurs</i> – Betrokken in grotere en commerciële initiatieven. Een aantal zijn zware gebruikers.</li> <li>2. <i>Generalists</i> – Betrokken in verschillende criminele activiteiten, kweken cannabis om geld te verdienen en zo hun eigen gebruik te financieren.</li> <li>3. <i>Hobbyists</i> – Vooral betrokken bij kleinschalige sites, vaak buitenkwekers die weinig tastbare beloningen nastreven.</li> <li>4. <i>Helpers</i> – Deelname is beperkt tot het oogsten van cannabis. Groep omvat de meeste vrouwen. Vaak zelf geen gebruikers.</li> </ol>

### 3.2. *Sociale bevoorrading: een relatie*

Vorige paragrafen beschreven de algemene structuur van “een” drugsmarkt, alsook de kenmerken van actoren die erin functioneren. Een netwerkperspectief gaat verder dan deze algemene analyse en focust zich ook op welk types van relaties aanwezig zijn en hoe deze relaties een invloed op individueel gedrag kunnen uitoefenen.

Binnen het persoonlijk netwerk van een actor zijn verschillende soorten relaties aanwezig. Eén type relatie in het bijzonder staat centraal in ons onderzoek, namelijk die tussen een gebruiker en bevoorraden. Zoals uit bovenstaande beschrijving mag blijken, wijst drugsmarktonderzoek op het bestaan van een complexe relatie die door actoren als “sociaal” wordt omschreven. Zowel gebruiker als bevoorraden beschrijft de ander in termen van “vrienden”, “kennissen” of “familie”. Vertaald in netwerktermen, verwijzen deze drie groepen naar twee soorten relaties. “Vrienden” en “familie” vallen onder sterke en dichte relaties, de meer algemene term “kennissen” omvat een breed scala van zwakke relaties. Deze relaties vertonen weinig homogeniteit, zijn meer gespecialiseerd, maar hebben ook de neiging om niet duurzaam te zijn. Huidig netwerkonderzoek naar drugsmarkten richt zich vooral op sterke relaties, bijvoorbeeld onder klasgenoten (bijv. Baerveldt, 1990; Ennett et al., 2008).

Deze studies onderzoeken hoe specifieke netwerkstructuren individueel gedrag beïnvloeden (Papachristos, 2011; Valente, 2003). In de literatuur worden twee manieren beschreven waarop een netwerk dit kan doen. Meeste netwerkonderzoekers beschouwen relaties in netwerken als pijplijnen waarlangs informatie, ideeën en opvattingen in het netwerk verspreid worden. Anderen argumenteren dat netwerken op zich in een continue interactie tussen de leden worden geconstrueerd. Het proces van beïnvloeding maakt dan deel uit van een continue interactie binnen verschillende sociale contexten (Mische, 2011). Bestaand drugsmarktonderzoek gaat in op zaken zoals identiteit, gedeelde betekenis en symbolische waarde van cannabis (Coomber & Turnbull, 2007; Cullen, 2010; Sandberg, 2012a). Deze bevindingen zijn in lijn met een definitie van netwerken die zijn opgebouwd in interactie in de plaats van externe elementen zijn die fungeren als “tools”. Een individu in een dergelijk netwerk is onderdeel van een sociale wereld van gedeelde betekenissen over bijvoorbeeld “verstandig” gebruik, een “verantwoord” gebruiker en ook over een “sociale bevoorraden”. Deze sociale wereld wordt gevormd in interactie, en bouwt voort op herhaalde interacties in verschillende sociale contexten.

De plaats van cannabis in sociale netwerken van jongeren wordt in huidig netwerkonderzoek naar een discussie rond *peer influence* vertaald. Het wordt algemeen aangenomen

men dat leeftijdsgenoten zich in overeenstemming met hun vrienden gedragen. Deze assumptie is gebaseerd op een definitie van *peer influence* in termen van blootstelling aan delinquente vrienden (Haynie, 2001; Papachristos, 2011). Bijgevolg wordt *peer influence* vaak gemeten aan de hand van het aantal delinquente vrienden dat een individu heeft. Sociaal netwerkanalisten stellen echter dat *peer influence* een veelzijdig concept is (Haynie, 2001). Naast aantal delinquente vrienden is het nodig om ook de structuur van het netwerk mee in rekening te brengen. Tot op heden maakt het meeste onderzoek gebruik van sociometrische technieken om delinquente sociale netwerken in kaart te brengen en te beschrijven (Valente, 2003). *Peer influence* wordt dan veelal bestudeerd vanuit een top-down perspectief, waarbij men vertrekt van een vooraf afgebakend netwerk. Het bottom-up perspectief of persoonlijk netwerkanalyse focust op de sociale omgeving van een persoon. Bij dit minder populaire perspectief start van één individu en bestudeert diens sociale netwerk, zonder op voorhand de grootte af te bakenen.

Onderzoek naar *peer influence* richt zich meestal op delinquentie als een algemeen concept voor een reeks van risicogedragingen. Middelengebruik wordt dan gedefinieerd als een vorm van crimineel, delinquent of afwijkend gedrag. Ons onderzoek gaat niet uit van deze definitie. Om een basis voor debat te creëren, hanteren we echter bij het beschrijven van bestaand onderzoek de terminologie die daar is gebruikt. De volgende paragrafen beschrijven een aantal netwerkindicatoren die al dan niet individueel gedrag beïnvloeden: homogeniteit, densiteit, multiplexiteit, centraliteit en netwerkpositie.

### 3.2.1. Multiplexiteit, densiteit en homogeniteit

In de jaren '80 vinden we een eerste criminologisch onderzoek dat gebruik maakt van het sociale netwerkparadigma om een geïntegreerde theorie van delinquent gedrag te construeren (Reid, 2011). Krohn (1986) bestudeerde structurele kenmerken van netwerken in een onderzoek naar de relatie tussen sociale status en delinquentie. Hij stelde dat de complexiteit en dichtheid van een netwerk belangrijk zijn voor de mate waarin het netwerk het gedrag van een individu bepaalt. Verder ondervond hij dat hoe meer een individu in interactie is met dezelfde mensen in verschillende contexten, hoe waarschijnlijker het is dat zijn gedrag in de ene context, gedrag in een andere context zal beïnvloeden. Krohn (1986) definieert deze vaststelling in termen van multiplexiteit van het aantal verschillende sociale contexten waarin een individu met dezelfde mensen omgaat. Multiplexiteit van sociale relaties kan het gedrag van een individu beperken. Personen die betrokken zijn in multiplexe sociale relaties zijn minder in staat zich uit het sociale netwerk terug te trekken omdat dit van invloed is op de mogelijkheden tot deelname aan meer dan één sociale context. Bovendien wordt aangenomen

men dat hoe groter de dichtheid van een netwerk is, hoe meer het gedrag van een individu wordt beperkt aangezien één actie reacties kan opleveren van alle groepsleden.

Densiteit of dichtheid verwijst naar het aantal personen met wie een specifieke actor een sociale relatie heeft. Netwerkonderzoek naar de diffusie van informatie doorheen een netwerk suggereert dat in een netwerk waarin mensen elkaar goed kennen, minder ruimte is voor nieuwe ideeën. Sommige auteurs beweren dat *peer influence* het grootst is in deze hechte groepen (Oetting & Beauvais, 1987). Bijgevolg zouden leden van netwerk van gebruikers, vergelijkbaar gedrag stellen met vrienden wat betreft roesmiddelgebruik. Anderen, zoals Granovetter (1983) en Wasserman en Faust (1994) suggereerden dat losse netwerken invloedrijker zijn in het geval van het roesmiddelgebruik zullen zijn. Zwakke relaties geven een individu namelijk meer keuzemogelijkheden. Bijgevolg zouden net tussenpersonen een hoger gebruik moeten tonen. Onderzoek naar de relatie tussen vriendschapsnetwerken en cannabisgebruik door adolescenten wijst erop dat een dicht netwerk, waarin iedereen elkaar goed kent, het gebruik door netwerkleiden zal belemmeren eerder dan stimuleren (Ennett & Bauman, 2006). De onderzoekers interviewden 5.104 twaalf- tot vijftienjarige scholieren elke zes maanden tussen 2002 en 2004. De geïnterviewde adolescenten waren minder geneigd cannabis te gebruiken wanneer ze meer wederkerige vriendschapsrelaties hadden en wanneer hun vrienden ook vrienden van elkaar waren.

Een volgend aspect betreft homogeniteit van een netwerk. Homogene netwerken bestaan uit actoren die één of meerdere kenmerken met elkaar delen (vb. geslacht, leeftijd, bepaalde gedragingen). In 2005 besloot Weerman dat de homogeniteit van geslacht in vriendschapsnetwerken bij cannabis gebruikende jongeren veel hoger was dan wat betreft delinquentie. Baerveldt et al. (2004) stelden bijvoorbeeld vast dat na correctie voor geslacht, de invloed van selectieprocessen veel verklaringskracht verloren had. Baerveldt (2004) bestudeerde daarbij of *homophily* van delinquentie samenhangt met de sterkte van de relatie. Op basis van differentiële associatie theorie, zou men verwachten dat delinquentie plaatsvindt in hechte groepen. Baerveldt (2004) stelde vast dat netwerken wel degelijk aanzienlijk verschillen in gelijkheid van delinquent gedrag. De gelijkenis in delinquent gedrag was niet groter voor sterkere dan voor zwakkere relaties. De onderzoekers concludeerden dat sterke relaties minder belangrijk zijn dan eerder werd aangenomen, en suggereerden dat toekomstig onderzoek zich moet richten op de kracht van zwakke banden of de rol van sociaal kapitaal.

Sociaal kapitaal is een concept dat frequent wordt bestudeerd in netwerkonderzoek naar cannabisgebruik bij adolescenten. Sociaal kapitaal kan een individu beschermen tegen crimineel gedrag, maar het kan ook asociaal zijn wanneer het een individu sti-



muleert om risicogedrag te stellen. Van der Rakt, Weerman & Need (2005) analyseerden de persoonlijke netwerken van 932 Nederlandse twaalf- en veertienjarige scholieren en stelden vast dat het relatieve belang van banden met de school, ouders en vriendschapsrelaties significant verschilt tussen jongens en meisjes. Wat betreft jongens, had het aantal vrienden een significant effect op het delinquent gedrag van het individu. Echter, het delinquent gedrag van vrienden op zich bleek geen significant effect te hebben. Van der Rakt et al. (2005) concludeerden dat niet het gedrag van individuen maar de groepsprocessen op zich, zoals statusbescherming en angst voor uitsluiting, invloed uitoefenden op het gedrag van een individu. Dit lijkt zeker het geval in een schoolomgeving. De onderzoekers besloten dat meisjes minder gevoelig voor groepsprocessen zijn omdat bij meisjes het aantal vrienden niet significant aan crimineel gedrag was gerelateerd.

### 3.2.2. Centraliteit en netwerkpositie

De structuur van een netwerk wordt onder andere door de centraliteit van bepaalde actoren bepaald. Zo beschrijft Morselli (2009) dat de structuur van het netwerk van een *broker* of tussenpersoon wellicht eerder de vorm van een ster aanneemt. De tussenpersoon is dan het middelpunt van de ster. Als een persoon contact wil opnemen met een ander persoon van dit netwerk, moet hij passeren langs deze tussenpersoon omdat deze de enige is die een relatie heeft met de desbetreffende persoon. Dit resulteert in een sterke positie voor de tussenpersoon.

De positie in een netwerk wordt ook gemeten aan de hand van de sociale status of populariteit van bepaalde individuen. Onderzoek wijst erop dat gebruikers eerder jongeren zijn die in een netwerk het meest zichtbaar en populair zijn (Ennett & Bauman, 2006). Dit bevestigt de hypothese dat middelengebruik een manier is om een bepaalde sociale positie onder leeftijdsgenoten in te nemen. Weerman (2005) vond verschillen in populariteit naargelang de mate van delinquentie: "lichte" delinquenten bleken heel populair als vriend, meer dan niet-delinquenten of "serieuze" delinquenten. Deze bevinding werd echter niet bevestigd door ander onderzoek (Haynie 2001; Baerveldt et al., 2004).

Een andere maat van centraliteit is *closeness* of nabijheid, die sterkte van de relatie tussen twee personen schat. Houtzager en Baerveldt (1999) ondervroegen 1.528 veertien- tot achttienjarigen en vergeleken de sociale vaardigheden van delinquenten en niet-delinquenten. Marcus (1996) suggereerde dat de vriendschappen van delinquente jongeren minder intiem zijn dan die van niet-delinquenten. Als er een verschil is in intimiteit van relaties tussen niet-delinquenten en delinquenten, kan dit betekenen dat deze laatste niet dezelfde bindingen als niet-delinquenten kunnen vormen.

Echter, de resultaten van hun sociale netwerkstudie vonden geen ondersteuning voor de sociale vaardighedenhypothese. Een mogelijke verklaring is dat de verschillen in nabijheidsindicatoren, zoals steun en intimiteit, afhankelijk zijn van het type relatie in kwestie. De onderzoekers concludeerden dat relaties niet afhankelijk zijn van de mate van intimiteit en steun, maar van hun nut voor het plegen van misdrijven. Bovendien hadden sommige delinquente jongeren relaties met niet-delinquente jeugd, wat leidde tot de conclusie dat delinquente jongeren goede relaties kunnen onderhouden maar dat relatie tussen delinquenten lager scoort wat betreft intimiteit. Ennett en Bauman (2006) nuanceerden verder het belang van de sterkte van een relatie. Hun onderzoek wees namelijk uit dat een individu meer geneigd was om zelf te gebruiken als de beste vriend ook een gebruiker was, maar dat dit ook gold als een groter aandeel van het netwerk cannabis gebruikte. Op basis van hun bevindingen concludeerden ze dat adolescenten meer kans hebben om cannabis te gebruiken als de sociale afstand tot een gebruiker laag is. De sterkte van deze relatie is van ondergeschikt belang.

Wat types van posities betreft, identificeerden netwerkonzoekers drie posities die mogelijks een invloed op het individueel cannabisgebruik kunnen uitoefenen: leden (zij die deel uitmaken van het netwerk), tussenpersonen (die zwakkere relaties met leden van het netwerk hebben, en verschillende netwerken verbinden) en geïsoleerden (hebben heel weinig banden met netwerkleden). Een aantal studies associeerde cannabisgebruik vooral met geïsoleerden of tussenpersonen (Fang, Li, Stanton, & Dong, 2003; Pearson & Michell, 2000). Het relatieve belang van netwerkpositie verschilt naargelang het middel. Op basis van 163 interviews met twaalf- tot veertienjarigen besluiten Kobus and Henry (2010) dat *peer influence* effecten consistent zijn met bestaand onderzoek. Als het aantal gebruikende *peers* toeneemt, neemt ook de frequentie van dit gebruik toe. Netwerkpositie bleek een rol te spelen, in die zin dat dit effect sterker was bij tussenpersonen dan bij netwerkleden of geïsoleerden. Dit kan deels verklaard worden door het feit dat deze tussenpersonen een groter aantal sociale relaties hadden dan de anderen. Dit is belangrijk bij het verkrijgen van toegang tot cannabis, dat in tegenstelling tot sigaretten, minder direct beschikbaar is.

Kirke (2006) onderzocht het roesmiddelengebruik van veertien- tot achttienjarigen in een arbeidersbuurt in Dublin. Op basis van 267 interviews nuanceerde ze het belang van netwerkposities verder. Op basis van volledige netwerkdata concludeerde ze dat sociale positie niet gerelateerd is aan middelengebruik. Beïnvloeding gebeurde namelijk door zowel selectieprocessen als *peer influence*. Om dit fenomeen te beschrijven gebruikt de onderzoekster het beeld van een ketting. Sociale relaties worden gevormd wanneer de adolescenten anderen kiezen als hun *peers*; waarna groepsprocessen het overnemen. De sociale positie van een specifieke actor is volgens Kirke (2006) enkel belangrijk in zoverre dat hij of zij drie posities in een dergelijk netwerk kan innemen:

een centrale positie in een ketting van cannabisgebruikers, een randpositie in zo'n keten of een positie in een ketting niet-gebruikers.

#### 4. Sociale netwerken van sociale bevoorraders

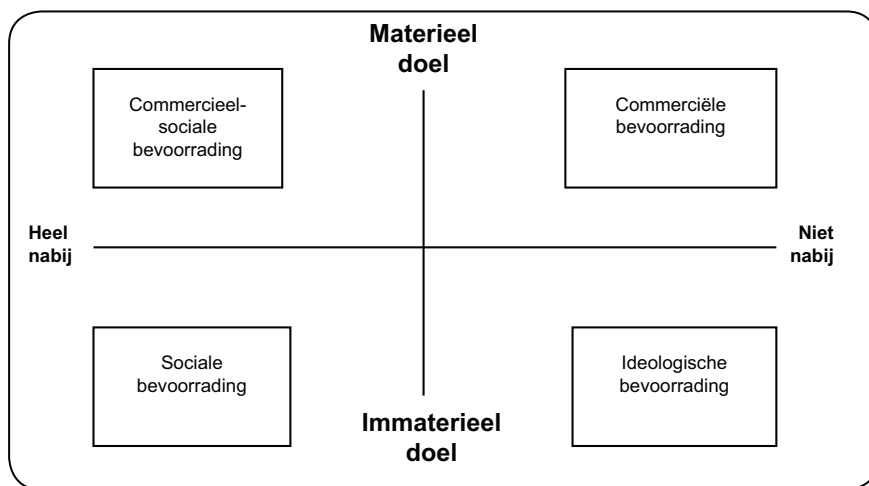
Sociale netwerken en drugsmarkten zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. We beschreven drie visies op genetwerkte drugsmarkten. Sommige onderzoekers stellen dat drugsmarkten flexibel en dynamisch zijn, en benadrukken dat omgevingsfactoren en technologische evoluties mee vorm geven aan de structuur van een drugsmarkt. Empirisch onderzoek toont aan dat er voor hetzelfde type drug meerdere markten naast elkaar kunnen bestaan op dezelfde geografische locaties. Onderzoek naar georganiseerde misdaad wijst op een tweede manier om naar drugsmarkten te kijken: als een som van kleine netwerken. Reuter (1985) sprak in dit verband over *disorganised crime* en stelde dat drugsmarkten minder strikt hiërarchisch zijn georganiseerd dan eerder werd aangenomen. Een derde manier om drugsmarkten waar te nemen is als één groot netwerk, dat begint met de productie waarna het middel wordt verspreid via een keten van importeurs en tussenpersonen alvorens te eindigen op het laagste niveau waar het aan de eindgebruiker wordt geleverd.

Op basis van de literatuurstudie en de bovenstaande overwegingen, definiëren we cannabismarkten in termen van kleine, zich ontwikkelende sociale netwerken waar de deelnemers met elkaar interageren. Bevoorraders in deze markt voorzien vaak alleen cannabis en zijn soms ook kwekers; gebruikers gebruiken vaak alleen cannabis (samen met tabak en alcohol). De markt zelf is onderhevig aan omgevingsfactoren, bijvoorbeeld technologische evoluties. We verwachten dan ook dat sociale netwerken waarin cannabis wordt gebruikt eerder klein zullen zijn, met weinig linken naar een langere bevoorradingsketen bestaande uit de traditionele grote producenten en importeurs. Tot slot, verwachten we een heterogene samenstelling wat betreft cannabisgebruik te vinden. Sociale netwerken waarin cannabis gebruikt wordt, bestaan waarschijnlijk uit verschillende soorten bevoorraders en gebruikers maar ook uit niet-gebruikers. Daarbij nemen we aan dat verschillende personen verschillende rollen na elkaar maar ook tegelijk kunnen opnemen (bijv. een gebruiker is ook een bevoorrader, maar niet bij elke gelegenheid).

In dit algemene netwerk situeren zich de persoonlijke netwerken van gebruikers, waar de relatie tussen gebruiker en bevoorrader deel van uitmaakt. Onderzoek naar de horizontale organisatie van drugsmarkten wijst op het bestaan van een sociale relatie tussen gebruiker en een bevoorrader, die vaak als *not a real dealer, user-dealer* wordt omschreven. Weinig studies bestuderen dit grijze gebied in de diepte. Het lijkt erop dat er een consensus bestaat dat er iets gaande is, maar het blijft onduidelijk wat dit eigen-

lijk precies inhoudt. Het concept van sociale bevoorrading is ontwikkeld in een poging om deze leemte op te vullen. Hough et al. (2003) concluderen dat een belangrijke groep cannabis kweekt niet gemotiveerd is door winstbejag maar op niet-commerciële basis voor hun vrienden en voor zichzelf kweken. Daarom definieert hij sociale bevoorrading als *“de niet-commerciële (of non-profit) distributie van cannabis aan niet-vreemden (Hough et al., 2003, p. 36, eigen vertaling)”*. De mate waarin distributie niet-commercieel is, zowel als de idee van ‘niet-vreemden’ staat ter discussie. Alle auteurs zijn het er wel over eens dat er sprake is van een relatie tussen gebruiker en bevoorrader die buiten de transactie om ook bestaat en dat een louter financieel doel van de uitwisseling ontbreekt.

In netwerktermen leidt dit tot een definiëring van de relatie tussen gebruiker en bevoorrader als multiplex in termen van relatie. Dit omdat er steeds twee elementen gelijktijdig aanwezig zijn: een mate van intimiteit of nabijheid en een bepaalde doelgerichte uitwisseling. Om deze relatie te kunnen operationaliseren maken we gebruik van twee assen. Deze assen vormen de uitgangspunten van de sociale bevoorrading: één vertegenwoordigt het doel van de transactie (variërend van voornamelijk niet-commerciële motieven om meer commerciële motieven), de andere vertegenwoordigt de sociale aard van de relatie tussen gebruiker en leverancier. Dit sociale aspect wordt uitgedrukt in termen van nabijheid (zeer dicht = familie, goede vrienden; niet dicht = kennissen). We kiezen de term nabijheid, in plaats van vriendschap omdat dit laatste concept sterk onderhevig is aan een persoonlijke invulling. Op deze manier is het mogelijk om verschillende netwerken te vergelijken. De twee assen resulteren in vier soorten bevoorrading:



*Figuur 1: Sociale bevoorrading als multiplexe relatie*

*Commercieel-sociale bevoorrading* verwijst naar een relatie waar een bevoorraden voornamelijk cannabis voor de winst verkoopt, maar alleen aan gekende klanten. We verwachten dat gebruikers verwijzen naar deze bevoorraden in termen van “vrienden” of “familie”. Een *commerciële bevoorrading* verwijst naar een traditionele *dealer-consumer* relatie, waarbij de bevoorraden die verkoopt voor de winst, en dit doet aan iedereen dus los van het feit of hij of zij deze persoon kent of niet. Een *ideologische bevoorrading* wordt vooral ingegeven door de immateriële voordelen van het delen van cannabis, waarbij het wordt gedeeld met of geven aan iedereen. Tot slot verwijst *sociale bevoorrading* naar een relatie waarbij bevoorrading hoofdzakelijk gemotiveerd is door immateriële voordelen. De bevoorrading vindt plaats tussen personen die (heel) nabij zijn.

Een laatste opmerking betreft de definitie van winst. Sandberg (2012) geeft aan dat er zoiets is als een winsttaboe, waarmee hij vooral verwijst naar geldelijk voordeel. Winst kan echter zowel materiële (geld, de handel voor andere soorten cannabis) of immateriële (ideologie, macht, status, ...) beloning inhouden. Coomber & Moyle (2013) bestudeerden de eerste soort van beloning, en meer in het bijzonder de kwestie van geld. Volgens ons kan een sociaal aanbod relatie een transactie van geld inhouden, maar slechts voor zover dit geld is bedoeld om kosten in verband met het kweken te dekken. Dus winst wordt bepaald door de intentie om cannabis te verkopen om allerlei andere kosten van levensonderhoud (bijv. hedonistische levensstijl, huur, voeding, ...) te dekken. Coomber & Moyle (2013) bestudeerden een heroïne markt en breiden het concept van sociale bevoorrading uit naar minimale commerciële bevoorrading. Deze definitie van de sociale bevoorrading omvat wat we daarnet beschreven als *user-dealers*. Ze zijn verslaafd aan heroïne, verkopen alleen aan andere verslaafde gebruikers, maken weinig winst van de verkoop en beschouwen het bevoorraden als een substitoot voor het plegen van andere misdrijven.

Deze definitie met bijkomende opmerkingen vormt het startpunt van een persoonlijke netwerkanalyse bij Vlaamse jongeren (18 tot 25 jarigen). Data worden op dit moment verzameld en zullen verder verzameld worden in de loop van 2014. De netwerkanalyse neemt de vorm aan van een semi-gestructureerd interview waarbij de respondent samen met de onderzoekster zijn of haar sociale netwerk in kaart brengt met behulp van een softwareprogramma. Op deze manier wordt de respondent actief bij het interview betrokken. Het interview focust zowel op het bredere netwerk van mensen waarmee de respondent zijn of haar vrije tijd doorbrengt als op de plaats van cannabis in dit netwerk. De resultaten worden op drie manieren geanalyseerd: grafisch, statistisch en thematisch.

## 5. Bibliografie

Aldridge, J., Measham, F., & Williams, L. (2011). *Illegal leisure revisited. Changing patterns of alcohol and drug use in adolescents and young adults*. London: Routledge.

Aldridge, J., Parker, H., & Measham, F. (1999). *Drug trying and drug use across adolescence*. London: SPARC Departement of Social Policy and Social Work, University of Manchester.

Baerveldt, C. (1990). *De school: broedplaats of broeinest? Een vergelijkend onderzoek naar de rol van de school bij de bestrijding e nverspreiding van kleine criminaliteit van leerlingen*. Arnhem: Gouda Quint.

Baerveldt, C., Van Rossem, R., Vermande, M., & Weerman, F. M. (2004). Students' delinquency and correlates with strong and weaker ties: a study of students' networks in Dutch high schools. *Connections*, 26(1), 11-28.

Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage.

Becker, H. (1963). *Outsiders. Studies in the sociology of deviance*. New York: Free press.

Bovenkerk, F., & Hogewind, W. (2003). *Hennepeteelt in Nederland. Het probleem van de criminaliteit en haar bestrijding*. Zeist: Uitgeverij Kerckebosch.

Coggan, N., & Mckellar, S. (1994). Drug-Use Amongst Peers - Peer Pressure or Peer Preference. *Drugs-Education Prevention and Policy*, 1(1), 15-26.

Coomber, R. (2006). *Pusher myths: Re-situating the drug dealer*. London: Free Associatin Books.

Coomber, R., & Moyle, L. (2013). Beyond drug dealing: Developing and extending the concept of 'social supply' of illicit drugs to 'minimally commercial supply'. *Drugs: education, prevention and policy, Early Online: 1-8, Early Online*, 1-8.

Coomber, R., & Turnbull, P. (2007). Arenas of drug transactions: Adolescent cannabis transactions in England - Social supply. *Journal of Drug Issues*, 37(4), 845-865.

Cotterell, J. (2007). *Social networks in youth and adolescence*. London: Routledge.

Cullen, F. (2010). 'Two's up and poncing fags': young women' smoking practices, reciprocity and friendship. *Gender and Education*, 22(5), 491-504.

Curtis, R., Wendel, T., & Spunt, B. (2002). The Gentrification of Drug Markets on Manhattan's Lower East Side. Retrieved August 10, 2012, from <http://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/197716.pdf>

- Dorn, N., Levi, M., & King, L. (2005). Literature review on upper level drug trafficking. London: Home Office.
- Duff, C. (2005). Party drugs and party people: examining the 'normalization' of recreational drug use in Melbourne, Australia. *International Journal of Drug Policy*, 16(3), 161-170.
- Duffy, M., Schaefer, N., Coomber, R., O'Connell, L., & Turnbull, P. (2008). Cannabis supply and young people: It's a social thing. York: Joseph Rowntree Foundation.
- Ennett, S. T., & Bauman, K. E. (2006). The Peer Context of Adolescent Substance Use: Findings from Social Network Analysis. *Journal of Research on Adolescence*, 16(2), 159-186.
- Ennett, S. T., Faris, R., Hipp, J., Foshee, V. A., Bauman, K. E., Hussong, A., et al. (2008). Peer Smoking, Other Peer Attributes, and Adolescent Cigarette Smoking: A Social Network Analysis. *Prevention Science*, 9(2), 88-98.
- Fang, X., Li, X., Stanton, B., & Dong, Q. (2003). Social network positions and smoking experimentation among Chinese adolescents. *American Journal of Health Behavior*, 27, 257-267.
- Gourley, C. (2004). A subcultural study of recreational ecstasy use. *Journal of Sociology*, 40(1), 59-73.
- Granovetter, M. (1983). The strength and weakness of ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 1(201-233).
- Harrison, L. D., Erickson, P. G., Korf, D. J., Brochu, S., & Benschop, A. (2007). How much for a dime bag? An exploration of youth drug markets. *Drug and Alcohol Dependence*, 90, S27-S39.
- Haynie, D. L. (2001). Delinquent peers revisited: does network structure matter? *American Journal of Sociology*, 106(4), 1013-1057.
- Hough, M., Warburton, H., Few, B., May, T., Man, L., Witton, J., et al. (2003). A growing market: The domestic cultivation of cannabis. York: Joseph Rowntree Foundation.
- Jansen, A. C. M. (2002). The economics of cannabis-cultivation in Europe. Paper presented at the 2nd European Conference on Drug Trafficking and Law Enforcement. Retrieved from <http://www.cedro-uva.org/lib/jansen.economics.htm>
- Kobus, K., & Henry, D. B. (2010). Interplay of network position and peer substance use in early adolescent cigarette, alcohol, and marijuana use. *The journal of early adolescence*, 30(2), 225-245.
- Krohn, M. D. (1986). The web of confirmity: a network approach to the explanation of delinquent behavior. *Social Problems*, 33(6), S81-S93.

Lupton, R., Wilson, A., May, T., Warburton, H., & Turnbull, P. J. (2002). *A rock and a hard place: drug markets in deprived neighbourhoods*. London: Home Office.

Maher, L., & Hudson, S. L. (2007). Women in the drug economy: a metasynthesis of the qualitative literature. *Journal of Drug Issues*, 37(4), 805-826.

Marcus, H. (1996). The friendships of delinquents. *Adolescence*, 31(145-158).

Measham, F. (2002). Doing gender' - 'doing drugs': conceptualising the gendering of drugs cultures. *Contemporary Drug Problems*, 29(2), 335-373.

Michell, L., & Amos, A. (1997). Girls, pecking order and smoking. *Social Science & Medicine*, 44(12), 1861-1869.

Mische, A. (2011). Relational sociology, culture, and agency. In J. Scott & P. J. Carrington (Eds.), *The SAGE handbook of social network analysis* (pp. 80-97). London: Sage.

Murji, K. (2007). Hierarchies, markets and networks: ethnicity/race and drug distribution. *Journal of Drug Issues*, 37(4), 781-804.

Nguyen, H., & Bouchard, M. (2010). Patterns of youth participation in cannabis cultivation. *Journal of Drug Issues*, 40, 263-294.

Oetting, E., & Beauvais, F. (1987). Peer cluster theory, socialization characteristics and adolescent drug use: a path analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 34(2), 205-213.

Paoli, L. (2002). The paradoxes of organized crime. *Crime, Law & Social Change*, 37, 51-97.

Papachristos, A. V. (2011). The coming of a networked criminology? In J. MacDonald (Ed.), *Measuring crime and criminality* (Vol. 17, pp. 101-140). New Brunswick: Transaction Publishers.

Parker, H. (2000). How young Britons obtain their drugs: Drugs transactions at the point of consumption. *Crime Prevention Studies*, 11, 59-81.

Parker, H., Williams, L., & Aldridge, J. (2002). The normalization of 'sensible' recreational drug use: further evidence from the North West England longitudinal study. *Sociology*, 36(4), 941-964.

Pearson, G. (2007). Drug markets and dealing: From 'street dealer' to 'Mr. Big'. In M. Simpson, T. Shildrick & R. MacDonald (Eds.), *Drugs in Britain: Supply, consumption and control*. Basingstoke: Palgrave.

Pearson, M., & Michell, L. (2000). Smoke Rings: social network analysis of friendship groups, smoking and drug-taking. *Drugs: Education, Prevention & Policy*, 7(1), 21-37.



Potter, G. (2006). Weed, need and greed: Domestic marijuana production and the UK cannabis market. Unpublished submitted for the degree of PhD. University of Sheffield.

Potter, G. (2009). Exploring retail-level drug distribution: Social supply, 'real' dealers and the user/dealer interface. In Z. Demetrovics, J. Fountain & K. Kraus (Eds.), *Old & new policies, theories, research methods and drug users across Europe* (pp. 50-74). Lengerich: Pabst Science Publishers.

Potter, G., Bouchard, M., & Decorte, T. (2011). The globalization of cannabis cultivation. In T. Decorte, G. Potter & M. Bouchard (Eds.), *World Wide Weed. Global trends in cannabis cultivation and its control*. Farnham, UK: Ashgate.

Reid, S. T. (2011). *Crime and criminology*. New York: Oxford University Press.

Reuter, P. (1985). *The organization of illegal markets: and economic analysis*. Washington: National Institute of Justice.

Sandberg, S. (2012a). Cannabis culture : A stable subculture in a changing world. *Criminology and Criminal Justice*, 0(0), 1-17.

Sandberg, S. (2012b). The importance of culture for illegal drug markets. *British Journal of Criminology*, 52, 1133-1151.

Sarnecki, J. (2001). *Delinquent networks. Youth Co-Offending in Stockholm*. Cambridge: Cambridge University Press.

Shiner, M., & Newburn, T. (1997). Definitely, maybe not? The normalisation of recreational drug use amongst young people. *Sociology*, 31(3), 511-529.

Sykes, G., & Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *American Sociological Review*, 22(664-670).

Valdez, A., & Kaplan, C. (2007). Conditions that increase drug markets involvement: the invitational edge and the case of Mexicans in South Texas. *Journal of Drug Issues*, 37(4), 893-917.

Valente, T. W. (2003). Social network influences on adolescent substance use: an introduction. *Connections*, 25(2), 11-16.

van der Rakt, M., Weerman, F. M., & Need, A. (2005). Delinquent gedrag van jongens en meisjes. Het (anti)sociale kapitaal van vriendschapsrelaties. *Mens & Maatschappij*, 80(4), 328-352.

Vlaemynck, M. (in druk). Sociale netwerkanalyse in de criminologie: een perspectief met toekomst. *Panopticon*.

Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Weerman, F. M., Bijleveld, C. J. H., & Averdijk, M. D. E. (2005). Netwerken en netwerkposities van delinquente en niet-delinquente jongeren. *Tijdschrift voor Criminologie*, 47(1), 24-41.

Weisheit, R. (1992). *Domestic marijuana: A neglected industry*. Westport, CT: Greenwood press.

Werse, B. (2008). Retail markets for cannabis - Users, sharers, go-betweens and stash dealers. In D. J. Korf (Ed.), *Cannabis in Europe: Dynamics in perception, policy and markets* (pp. 106-123). Lengerich: Pabst Science Publishers.

Zinberg, N. E. (1983). *Drug, set, setting. The basis for controlled intoxicant use*. New Haven, CT: Yale University Press.